



FC Schalke 04. Wir leben dich.



Rückblick Deutsche Sportökonomie Arena

Die Deutsche Sportökonomie Arena: Ein voller Erfolg!!!

Knapp neun Monate liefen die Vorbereitungen für die erste Deutsche Sportökonomie Arena. Das Organisationsteam rund um den Kongressleiter Dr. Maximilian Schreyer umfasste 23 Studentinnen und Studenten. Hand in Hand arbeitete das Team in den verschiedenen Bereichen Marketing, Teilnehmermanagement, Public Relations, Sponsoring und Organisation, um am 20. und 21. Juni 2013 einen spannenden, abwechslungsreichen und vor allem professionellen Kongress zu präsentieren. Dieses ambitionierte Ziel konnte das Team tatsächlich mit einem überaus gelungenen Kongress verwirklichen! Die anfänglichen Sorgen, wie man das Audimax nur füllen könnte, scheinen im Nachhinein völlig unbegründet. Mit etwa 800 Teilnehmern war das Audimax bis auf den letzten Platz belegt. Studierende aus den verschiedensten Fachbereichen und von unterschiedlichen Studienstandorten, Absolventen und bereits berufserfahrene Praktiker kamen aus dem ganzen Land zusammen, um den interessanten Vorträgen und lebhaften Diskussionen beizuwohnen.

Einen Tag vor dem eigentlichen Kongress, am 19. Juni, nutzten 74 Studierende noch die Möglichkeit, an einem der vier Student-Kick-Off Workshops teilzunehmen. Die angebotenen Workshops waren von Audi AG mit dem

Thema „Sportsponsoring der Audi AG am Beispiel Fußball und Ski Cross“, von akzio! mit dem Thema „Zielgerichtetes Sponsoring: Bewertung, Leitidee und Aktivierung“, von BAUR Versand GmbH & Co. KG mit dem Thema „Erforsche mit Eye Tracking die User Experience und den Blickverlauf eines Sportartikel Online Shops“ und von xcee.me mit dem Thema „10 Tipps: Online Marketing mit schmalen Budget“. Den Studierenden wurde im Rahmen der einzelnen Workshops die Möglichkeit geboten, anhand von unternehmerischen Fallbeispielen einen einmaligen Einblick in die Praxis zu bekommen.



Am Donnerstagmorgen um 8 Uhr viel dann der Startschuss für die erste Deutsche Sportökonomie Arena. Nach den Eröffnungsreden von Kongresspräsident Prof. Dr. Andreas Hohmann, Oberbürgermeisterin Brigitte Merker-Erbe und Studiengangsmoderator Sportökonomie sowie Dekan der RW-Fakultät Prof. Dr. Herbert Woratschek startete der dreimalige Olympiasieger Dr. Michael Groß mit einer kritischen Analyse zum Thema „Sport und Kommerz“ in das Kongressprogramm im bereits gut gefüllten Audimax. Beim

anschließenden Programmpunkt drängten sich die Teilnehmer der Arena schließlich in den Audimax, um den Vortrag von Heiner Brand zum Thema „Teambuilding, Teamführung und Motivation am Beispiel der Handballnationalmannschaft“ nicht zu verpassen.

Am ersten Kongresstag begeisterten weitere renommierte Experten wie Marcel Reif (Chefkommentator Sky Deutschland), Alexander Jobst (Vorstandsmitglied FC Schalke 04), Roman Steuer (Senior Vice President Sky Deutschland) und Christian Seifert (Geschäftsführer der DFL).

weiter auf S. 2

Inhaltsverzeichnis

Rückblick Deutsche Sportökonomie Arena 2013	S. 1
Report on the 4th EASM Summer School	S. 3
Abschiedsvorlesung von Prof. Dr. Jochen Sigloch	S. 5
Spoeconnect - eine Reise ins Ruhrgebiet	S. 5
Abschlussbericht zum SBCEP	S. 7
Entrepreneurship goes Sportökonomie	S. 8
Unruhige Zeiten im Spökostudium	S. 8
Absolventenfeier des MBA Sportmanagements	S. 9
Ein Vierteljahrhundert Spöko	S. 10
Einblicke in die Praxis	S. 11

Rückblick Deutsche Sportökonomie Arena



Noch während des letzten Vortrags liefen die Vorbereitungen, für die im Anschluss stattfindende Abendveranstaltung, bereits auf Hochtouren. Das Organisationsteam plus 130 flinke Hände von 65 ehrenamtlich helfenden Sportökonomiestudierenden machten es möglich, das Cateringzelt in einen wunderschönen, atmosphärischen Saal für das Networking Dinner zu verwandeln. 350 Teilnehmer ließen den ersten gelungenen Kongresstag bei interessanten Gesprächen, edlen Leckereien und einem exzellenten Service gemütlich ausklingen.

Am Freitag ging es für die insgesamt knapp 90 unermüdlichen Helfer und Organisatoren in die zweite Runde. Nach einem traditionellen bayrischen Weißwurstfrühstück, das sich die meisten Teilnehmer im gemütlichen Biergarten schmecken ließen, ging es direkt zur ersten Vortragsreihe. Trends und Entwicklungen nachhaltiger Sport- und Eventstättenplanung bildete die Einführung in den zweiten Kongresstag, u.a. mit dem Gesamtkoordinator der Olympischen Spiele London 2012 Klaus Grewe. Vor der Mittagspause erreichte das Interview mit dem Rennfahrer Christian

Danner großes Interesse. Viel Zeit für Fragen, Fotos und Autogramme nahm sich Herr Danner extra im Anschluss für das begeisterte Auditorium.

In den Pausen zwischen den Vorträgen gab es für die Teilnehmer genügend Zeit, sich bei den über 20 Ausstellern im oberen und unteren Foyer des Audimax zu informieren und direkte Kontakte zu knüpfen. Auch die Side-events wie Human Kicker, Tombola, Torschussanlage, Minitischtennis und Basketball-Shoot-Out fanden regen Andrang durch die sportbegeisterten

Teilnehmer.

Zum krönenden Abschluss beehrte der „Titan“ Oliver Kahn die Deutsche Sportökonomie Arena. In einem sehr ungezwungenen Interview mit Claus Strunz (ehem. Chefredakteur der Bild am Sonntag) erzählte er über sein Leben nach der Profikarriere. Mit Anekdoten aus der früheren Vereinskarriere und seinem Studium brachte er das Audimax häufig zum Lachen und sorgte damit für einen begeisterten Abschluss.

Abgesehen von einem kurzweiligen Unwetter am Donnerstagnachmittag hagelte es auf die Organisatoren des Kongresses nur Lob und Begeisterung. Viele Teilnehmer wie auch Referenten waren erstaunt über die Professionalität und die einwandfreie Ablauforganisation des Kongresses. Die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft, die alle Teammitglieder an den Tag legten, erfreute Teilnehmer, Aussteller und Referenten. (kb)



Berufungsvorträge zur Nachfolge von Prof. Dr. Ungerer-Röhrich

Die Berufungskommission zur Nachfolge von Frau Prof. Dr. Ulrike Ungerer-Röhrich zum Sommersemester 2014 hat sich konstituiert. Fünf Kandidatinnen und Kandidaten sind für den 8. Juli zum öffentlichen Berufungsvortrag geladen (siehe Homepage Sportinstitut).

Weitere Spöko-Pioniere im Ruhestand

Nach dem Gründungsvater der Bayreuther Sportökonomie, Prof. Dr. Klaus Zieschang, sind nun auch zum Ende des Wintersemesters 2012/2013 die Spöko-Pioniere Prof. Dr. Jochen Sigloch aus der BWL und Akad. Dir. Wolfgang Nützel aus dem Sportinstitut in Pension gegangen.

Generationswechsel im Sportinstitut schreitet voran

Auch der langjährige Fachgebietsleiter Ski Alpin und Fußball, Heiner Rank, geht zum Ende des Sommersemesters in Pension. Seine Aufgaben in der Lehrorganisation übernimmt Frau PD Dr. Susanne Tittlbach. Den Skisport vertritt der neue Mitarbeiter Sascha Hoffmann. Die Stellen von Dr. Volker Audorff (Liegenschaften) und Dr. Uli Fehr (Finanzen) werden um zentrale Institutsaufgaben ausgebaut.

Vorstandswahlen während der Mitgliederversammlung des Alumnivereins am 21.06.2013

Einer der zentralen Tagesordnungspunkte der Mitgliederversammlung des Alumnivereins am 21.06.2013 war die Wahl von 2 Vorstandsmitgliedern. Gemäß der Satzung endeten die Amtszeiten von Dr. Christian Durch-

holz und Dipl.-SpOec. Jan Kottke nach 2 Jahren. Dr. Christian Durchholz wurde für 2 weitere Jahre wiedergewählt, als Nachfolger für Dipl.-SpOec. Jan Kottke rückte Dipl.-SpOec. Maximilian Stieler neu in den Vorstand des Alumnivereins nach. Weitere Einzelheiten zur Mitgliederversammlung sind auf der Homepage des Alumnivereins verfügbar.

Lehrstuhl Sportwissenschaft II in Bayreuther Politik engagiert

Prof. Dr. Markus Kurscheidt wurde in das Sportkuratorium der Stadt Bayreuth e.V. berufen. Projektseminare im Master Sportökonomie erarbeiten derzeit ein Fundraising-Konzept für das Gremium der lokalen Sportförderung. Dr. Christopher Huth wurde in den Vorstand der CSU Bayreuth gewählt und referierte unlängst bei einem Bürgerforum zur Sportpolitik.

Report on the 4th EASM Summer School

The 4th Summer School of the European Association for Sport Management (EASM) took place on the campus of the University of Bayreuth (Germany) from 17th until 21st of June 2013.

The Summer School Committee headed by Prof. Dr. Herbert Woratschek and Prof. Dr. Guido Schafmeister was happy to welcome almost 70 participants from all over the world (Australia, Belgium, Brazil, Canada, Croatia, Denmark, Iran, Italy, Netherlands, Portugal, Spain, USA, and Germany as well). The local organizing committee around Dr. Tim Ströbel, Dr. Christian Durchholz, Stefan Tselegidis, and Simon Scholz

EASM Summer School Forum
"Skills and Competencies in Sport Management"

International renowned sport management experts will show the diversity of the sport business from different perspectives.

What skills and competencies are necessary to become a successful sport manager?

Prof. Dr. Packianathan Chelladurai (Troy University, USA)
 Prof. Dr. Jolanta Zysko (Warsaw University, Poland)
 Prof. Dr. Hallgeir Gammelsæter (Molde University, Norway)
 Prof. Henning Julin (Aalborg University, Denmark)
 Prof. Dr. David Ridpath (Ohio University, USA)
 Prof. Dr. Cem Tinaz (Okan University Istanbul, Turkey)
 Prof. Dr. Herbert Woratschek (University of Bayreuth, Germany)

Matchday: Saturday, 18th of May
5.00 pm – 8.00 pm, RW I H 25

All members of the University of Bayreuth are cordially invited.

prepared five interesting days for the participants to get new valuable insights in sport marketing topics and to enrich knowledge in sport management and sport marketing.



During the first day of lectures, Prof. Henning Julin from the University College of Northern Denmark enriched the Summer School program with some insights into the world of leadership. At the evening, the participants were invited to join the get-together in a typical Franconian restaurant in the city center of Bayreuth. This was a perfect start to get know each other and to start the intercultural exchange in a cheerful atmosphere.

The following day, the students attended lectures and case study presentations about international sport marketing by Prof. Dr. Jolanta Zysko from Warsaw University in Poland. Furthermore, EASM Summer School participants enjoyed the lecture of the "Pope of Sport Management" Prof. Dr. Packianathan Chelladurai from Troy University, USA about the "Panacea of Pursuit of Pleasure in Sport".

After free sport activities in the afternoon, the EASM Summer School Forum "Skills and Competencies in Sport Management" took place. International renowned experts in sport management discussed about what skills and competencies are necessary to become a successful manager in sport. Besides Prof. Julin, Prof. Dr.

Zysko and Prof. Dr. Chelladurai, Prof. Dr. Hallgeir Gammelsæter from Molde University in Norway, Prof. Dr. David Ridpath from Ohio University in USA and Prof. Dr. Cem Tinaz from Okan University Istanbul in Turkey took part in that lively discussion that was moderated by Prof. Dr. James Santomier from Sacred Heart University, USA, and Prof. Dr. Herbert Woratschek.

In the evening, the EASM Summer School group went to Bayreuth's little "Oktoberfest" and enjoyed the typical Franconian culture.

On the next day, Prof Dr. Cem Tinaz and Prof. Dr. Hallgeir Gammelsæter held two very interesting lectures related to sport marketing and organizational management. After presentations about sport branding and co-creation of value the local organizing committee arranged a barbecue at the sports institute in combination with a sport competition in the run-up to the sociable part of the evening. At the last day of the Summer School the participants had to pass a 1 hour written exam covered by the case studies and the following lectures:

- Service Profit Chain
- Leadership
- Research Tools in Sport Marketing
- Sport Consumer Behavior
- Co-Creation of Value – Evidence in Sports
- Sport Branding
- Co-Branding
- Value Creation

Last but not least the participants were invited to visit the world headquarters of PUMA in Herzogenaurach (which is located closed to Bayreuth) for several interesting speeches of PUMA executive managers with discussions around the topic sport marketing, brand management and international strategies as well as unknown insights into the history of one of the leading sporting goods companies in the world. In between the participants enjoyed an amazing lunch in the canteen of PUMA. Finally, the participants had to prepare a wrap-up presentation about this visit to PUMA within three weeks. With the successful completion of the EASM Summer School, the written exam, and the wrap-up presentation of the PUMA visit each participant received a certificate afterwards. (sis, cd, ts)





Abschiedsvorlesung von Prof. Dr. Jochen Sigloch

Nach 70 Semestern als Professor der Universität Bayreuth und Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Wirtschaftsprüfung wird Prof. Dr. Jochen Sigloch, der 2012 mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet wurde, zum Ende des Wintersemesters 2012/13 emeritiert.

Aus diesem Anlass verabschiedete sich der künftige Emeritus am 11. Januar 2013 im Rahmen einer Abschiedsvorlesung im bis auf den letzten Platz belegten Hörsaal H 24 von seiner Alma Mater. Unter dem Titel „Steuervereinfachung – Herkules- oder Sisyphus-Aufgabe?“ zeigte Prof. Sigloch in einem leidenschaftlichen Vortrag die Ursachen des bestehenden Chaos im deutschen Steuerrecht auf und stellte dem Auditorium seine persönlichen grundlegenden Reformgedanken vor. Mit „standing ovations“ endete die Abschiedsvorlesung eines „Urgesteins“ der Universität Bayreuth. Im Rahmen

seiner Begrüßung würdigte Prof. Dr. Herbert Woratschek als Dekan der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät das große Engagement des Kollegen Sigloch für „seine Universität“ und „seine Fakultät“. Mit der Übernahme zahlreicher Aufgaben in der universitären Selbstverwaltung



wirkte Prof. Sigloch insbesondere als Vizepräsident und zweimaliger Dekan der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät maßgeblich an

der Entwicklung der Fakultät mit. Der Dekan dankte ihm für seinen herausragenden und beispielhaften Einsatz mit der Überreichung der Fakultätsmedaille der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät und kündigte an, dass die Universität Bayreuth den Titel „Emeritus of Excellence“ vergeben werde. Die Fakultät werde Prof. Sigloch mit einem lachenden und einem weinenden Auge in den Status des Emeritus verabschieden – zwar verliere die Fakultät einen aktiven Lehrstuhlinhaber, aber Prof. Sigloch werde der Fakultät weiterhin aktiv verbunden bleiben.

Im Anschluss an die Abschiedsvorlesung lud Prof. Sigloch Gäste und Studierende zu einem Empfang im Foyer des RW-Neubaus ein. Bei Jazzklängen und einem gemütlichen Get-Together fand die Veranstaltung einen würdigen Ausklang. (uk)

Spoeconnect – eine Reise ins Ruhrgebiet

Mitte April und pünktlich zu Beginn des Sommersemesters 2013 war Spoeconnect mit insgesamt 18 Spökos im Ruhrgebiet unterwegs. Ziel dieser mehrtägigen Exkursion waren der FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V., die Deutsche Sportausweis GmbH, die DKB Handball-Bundesliga sowie Borussia Dortmund.

FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V.



Nach einer langen Anreise aus Bayreuth wurden wir um 13 Uhr von Alexander Jobst, Vorstand Marketing

des FC Schalke 04 und Bayreuther Alumni, in der Veltins-Arena auf Schalke begrüßt. In einer kurzen Ansprache ging er sowohl auf seine Tätigkeitsfelder als auch seinen engen Kontakt nach Bayreuth ein. Aufgrund weiterer Termine übergab er nach einer guten halben Stunde an Björn Endter, der für Markenführung, Merchandising und Lizenzen zuständig ist. Mit seinem Vortrag „Markenarbeit als Grundlage für eine starke Marke“ zeigte er uns anschaulich den Weg des FC Schalke 04 auf und wies auf verschiedene Herausforderungen hin. Nach einer kurzen Pause folgte ein Vortrag zur Eigenvermarktung des Vereins. Peter Schwabe,

Leiter Vertrieb, zeigte uns in seinem Verkaufspräsentationsvortrag die Vorteile der Eigenvermarktung auf und wies auch hier auf aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen der Thematik hin. Ein ständiger Begleiter ist dabei die Attraktivität des Stadions. Hier bekamen wir Einblicke in die aktuellen Planungen des Vereins, um auch in der Zukunft bestens aufgestellt zu sein. Abschließend bekamen wir noch eine Führung durch die modernste Multifunktionsarena der Welt. Dabei konnte uns unser Guide, seines Zeichens eingeleiteter Schalke-Fan, mit weiteren Hintergrundinformationen und Detailwissen beeindrucken. Die Führung en-



Spoeconnect – eine Reise ins Ruhrgebiet



dete mitten in der Arena, in der sich zu diesem Zeitpunkt der Rasen draußen befand.

Eingedeckt mit Gastgeschenken, einem Fanschal sowie einem Bierglas, fuhren wir nach diesem intensiven und sehr interessanten Aufenthalt auf Schalke ins benachbarte Bochum.

Deutsche Sportausweis GmbH

DEUTSCHER
SPORTAUSWEIS

WIR SIND SPORT

In der Geschäftsstelle des Deutschen Sportausweises angekommen, begrüßten uns Rudolf Ehrlich, Manager Sportorganisationen und aktueller MBA-Sportmanagement-Student in Bayreuth, sowie Stephan Penz, Geschäftsführer der Deutschen Sportausweis GmbH. In einem kurzen Vortrag erklärte uns Stephan Penz den Sportausweis an sich, die Gründungsidee sowie die Herausforderungen in der Vergangenheit und Zukunft, wobei sich schnell eine lebhaft Diskussionsentwicklung entwickelte. Durch verschiedene Sicht- und Denkweisen verstanden es die Spökos, das Geschäftsmodell kritisch zu hinterfragen und konstruktive Denkansätze vorzubringen. Bei der Bürobesichtigung wurden diese

Ansatzpunkte weiter diskutiert, zu denen dann nach und nach auch weitere Mitarbeiter des Deutschen Sportausweises kamen. Als kleine Aufmerksamkeit erhielten alle Teilnehmer einen gültigen Sportausweis überreicht, mit dem die verschiedenen Angebote des Ausweises genutzt werden können.

Im Anschluss daran wurden wir von der Deutschen Sportausweis GmbH im Restaurant „Mongos“ zum Abendessen eingeladen. In gemütlicher Ambiente wurden die Erlebnisse des Tages mit dem Team des DAS weiter diskutiert.

DKB Handball-Bundesliga



Der Freitagmorgen begann im Willi-Daume-Haus im Schatten des Signal Iduna Parks. In den Räumlichkeiten der DKB Handball-Bundesliga begrüßten uns die beiden Spökos Mark Schober (Mitglied der Geschäftsleitung) und Matthias Thiele (Manager Online & neue Medien) und Geschäftsführer Frank Bohmann.

Gleich zu Beginn des Besuchs galt es ein kleines Quiz zu beantworten, bei dem die bekanntesten deutschen Handballspieler, die beliebtesten TV-Sportarten sowie die durchschnittliche Reichweite einer Live-Übertragung der DKB Handball-Bundesliga im TV abgefragt wurden. Es gab ein Komplett-Trikot der Berliner Füchse zu gewinnen. Anschließend stellte uns Mark Schober die HBL in ihren Grundzügen vor und erläuterte deren Aufgaben. Im Laufe der Präsentation stellten sich dann insbesondere die TV-Vermarktung und die nationale Reichweite als größte Herausforderungen dar. Besonders in diesem Punkt entwickelte sich wieder eine sehr lebhaft und interessante Diskussion, bei der Frank Bohmann das ein oder andere Hintergrundwissen preisgegeben hat. Die Chancen und Herausforderungen in den neuen Medien wurden mit Matthias Thiele tiefgründig diskutiert.

Borussia Dortmund



Nachdem wir uns im traditionsreichen Restaurant des BVBs „Strobel“ gestärkt hatten, machten wir uns auf den Weg in die nahelie-

gende Geschäftsstelle des BVB. Dort empfingen uns mit Benedikt Scholz und Sebastian Frank zwei Diplom-Sportökonominnen, die noch nicht allzu lange im Arbeitsleben tätig sind und den ein oder anderen Teilnehmer sogar noch persönlich in der Studienzeit in Bayreuth kennengelernt hatten.

Auch bei der Borussia widmeten wir uns dem Thema der Markenbildung. Dabei zeigten uns beide den Weg des BVB zu einem einheitlichen Markenauftritt in den letzten Jahren auf. Dabei ist ein großes Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg des Vereins möglichst unabhängig von sportlichen Schwankungen zu machen.



Weiter gingen wir auf die Partnerschaft zwischen Sportfive und Borussia Dortmund ein und lernten somit die Sichtweise eines Vereins mit Fremdvermarktung kennen. Mit einer abschließenden interessanten Diskussion über neueste Entwicklungen, besonders im Bereich Social Media, beendeten wir unseren Aufenthalt in der Geschäftsstelle. Die letzte Station des Tages war der Signal Iduna Park. Mit 80.645 Zuschauern ist es das größte Fußballstadion Deutschlands. Gemeinsam mit Seba-

stian Frank besichtigten wir dieses beeindruckende Stadion mit seiner legendären Südtribüne. Es herrschte dabei schon reger Betrieb, da am folgenden Tag das Heimspiel gegen Mainz 05 anstand.

Zum Abschluss der Exkursion besuchten wir das Bundesliga-Heimspiel des BVB gegen Mainz 05. Auf den Plätzen nahe der Südtribüne konnten wir die tolle Stimmung und einen Heimsieg der Borussia genießen.

Unser besonderer Dank gilt den Referenten Alexander Jobst, Björn Endter, Peter Schwabe, Katharina Zietlow, Stephan Penz, Rudolf Ehrlich, Frank Bohmann, Mark Schober, Matthias Thiele, Benedikt Scholz und Sebastian Frank, die sich für die Spoeconnect-Teilnehmer sehr viel Zeit genommen haben und zugleich auch keine Unkosten in der Verpflegung gescheut haben. Die Vorträge und lebhaften Diskussionen boten uns außergewöhnliche Einblicke in ihren Arbeitsalltag und deren zukünftige Herausforderungen. (mk, rs)

Bericht zum Sport Business Consulting Project

Sport Business Consulting Project – Global Marketing of adidas Tennis

Vom 22. Mai bis 04. Juni 2013 führten der Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement der Universität Bayreuth zusammen mit dem College of Business der Ohio University, USA und der Tennis Marketing-Abteilung von adidas bereits das 2. Sport Business Consulting Project nach der Premiere in 2012 durch.



Die Basis für dieses Projekt liegt in der Kooperation zwischen der Ohio University und der Universität Bayreuth im Be-

reich Sportmanagement bzw. Sportökonomie. Vom 22. Mai bis 04. Juni 2013 füllten 15 Studierende der Ohio University und 20 Studierende der Sportökonomie der Universität Bayreuth diese Kooperation mit Leben, indem sie in amerikanisch-deutschen Gruppen praxisnahe Fragestellungen im Bereich der Konsumentenforschung, des Produktmarketings und der Markenkommunikation sowie der Eventaktivierung bearbeiteten. Diese Fragestellungen und damit verbundenen Projektaufgaben wurden von den beiden Projektkoordinatoren Prof. Dr. David Ridpath (Department of Sports Administration, Ohio University) und Dr. Tim Ströbel (Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement, Universität Bayreuth) zusammen mit Dipl.-SpOec. Matthias Fischer (Go-to-Market Manager Tennis, Global Marketing, Sport Performance Division) entwickelt.

Zu Beginn erhielten die Studierenden in einem Kick-Off-Meeting im adidas-Hauptquartier in Herzogenaurach neben einem allgemeinen Einblick in die

Unternehmensstrukturen ein ausführliches Briefing zu den Fragestellungen, die die Marketingmanager im Rahmen des weltweiten Tennis-Engagements von adidas derzeit bewegen. Nach einem Zwischenmeeting an der Universität Bayreuth, in dem die Studierenden den Status Quo ihres Projekts darstellten und offene Fragen klären konnten, erfolgten am 04. Juni schließlich die Abschlusspräsentationen der Gruppen an der Universität Bayreuth vor Unternehmensvertretern von adidas und den beiden Dozenten aus Ohio und Bayreuth.

Aufgrund der äußerst positiven Rückmeldungen sowohl von Seiten der Studierenden als auch von Seiten der Unternehmensvertreter von adidas ist das 3. Sport Business Consulting Project zusammen mit adidas und dem Department for Sports Administration der Ohio University bereits für 2014 fest eingeplant. (ts)



Entrepreneurship goes Sportökonomie

Impressionen eines Start-up Workshops

Geschäftsideen gezielt entwickeln – so lautete die Überschrift des 2-tägigen Seminars am 25.4./26.4.13 für Studierende der Sportökonomie, das von Till Kraemer (Geschäftsführer der Sport-Job GmbH) geleitet wurde. Um an dem Seminar teilnehmen zu können, mussten sich die Interessenten mit einem Motivationsschreiben im Vorfeld bewerben. Wer wollte, konnte auch eine erste Ideenskizze einer Geschäftsidee einreichen, die dann im Workshop von einem Teamarbeiterteam ausgearbeitet wurde. Immerhin ein Drittel der Teilnehmer reichte eigene Ideen ein.

Um eine möglichst authentische Gründungssituation zu simulieren, mussten die Teams mehrmals pitchten, d.h. ihre Ideen immer wieder präsentieren und sich Fragen aussetzen.

Im entsprechenden Inhaltsblock Gründerpersönlichkeit ging es dann um das Thema Gründermotivation – ein Themenfeld, dem häufig zu wenig Beachtung geschenkt wird. Zusätzlich ging es am ersten Tag darum, die Ursprungsidee zu öffnen und möglichst breit und groß zu denken, in welche Richtung die Idee realisiert werden könnte. Hierbei war zu erkennen, dass sich das Ideenbild nach der ersten Präsentation nochmals stark gewandelt hat. Dieser Trend wurde umso mehr bei dem Part

Geschäftsmodellentwicklung deutlich. Nachdem die ersten Ideen in die Breite entwickelt wurden, fanden bei dem anschließenden Part nur noch die Ideen einen Platz, die eine realistische Aussicht auf Realisierbarkeit hatten. Am zweiten Tag ging es um die Entwicklung einer Markteintrittsstrategie und um die Frage wie das Produkt am schnellsten mit Hilfe von direktem Kundenfeedback zur Marktreife entwickelt werden konnte.

Zum Abschluss der Veranstaltung präsentierten die 3 Teams einer kleinen Jury ihre Ideen. Bewertet wurde neben der Form der Präsentation, der Innovationsgrad der Ideen sowie die Chancen auf Realisierbarkeit. (tk)

Unruhige Zeiten im Spökostudium

Sporteignungsprüfung im Bachelor vorübergehend ausgesetzt – Master wächst weiter

Es war ein Schock für die Verantwortlichen der Sportökonomie-Studiengänge, was ihnen da Anfang April als offizielles Schreiben auf den Tisch flatterte: Das Staatsministerium sieht in der geltenden Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang keine Rechtsgrundlage mehr für die Sporteignungsprüfung als Zugangsvoraussetzung gegeben.

Die Empörung und Frustration über dieses Ergebnis der ministerialen Rechtsprüfung war zunächst groß. Ist doch der formale Sporteingangstest nahezu ein Mythos nicht nur im Spöko-Studium, sondern bundesweit in den grundständigen sportwissenschaftlichen Studiengängen und ganz besonders in Bayern, wo die Anforderungen teils

höher sind als in anderen Bundesländern. Generationen von Sportstudierenden mussten ihn passieren und waren aus gutem Grund stolz, die erste Hürde zum akademischen Abschluss im Sport genommen zu haben. Dieser Sportsgeist war und ist untrennbar im Selbstverständnis der Studierenden und Lehrenden verankert. Sozusagen „mens sana in corpore sano“ auf höchstem akademischen Niveau. Allem voran in den Sportökonomie- und Sportmanagement-Studien gilt die Sporteignungsprüfung als hartes Unterscheidungsmerkmal von der unüberschaubaren Vielfalt der Fachhochschulen, die sportwirtschaftliche Studienprogramme anbieten.

Was war geschehen? Bereits vor geraumer Zeit hat die TU München ihr Studienkonzept in der Sportwissenschaft überdacht und auf die Sporteignungsprüfung als Zugangsvoraus-

setzung verzichtet. Damit war in Bayern für einen solchen Schritt das Eis gebrochen. In der Folge zogen andere nach, insbesondere hat das Staatsministerium auf Grund des geringfügigen Anteils sportpraktischer Ausbildung im Lehramt Primarstufe den Sporttest fallen gelassen. Daraus resultierte eine Verwaltungsselbstverpflichtung, dass andere sportwissenschaftliche Studiengänge mit 10 % und weniger sportpraktischer Studieninhalte die Sporteignungsprüfung nicht mehr verlangen dürfen. Das Kernargument ist, dass ein solcher geringer Umfang der Sportpraxis im Studium den Fitnesstest nicht rechtfertigt und damit das Grundrecht auf freie Berufswahl unverhältnismäßig einschränke. Wie bereits im Alumni-Journal berichtet, hat das Bayreuther Sportinstitut zusammen mit der Hochschulleitung ausführlich dargelegt, dass die geforderten 10 % Sportpraxis im Bachelor Sportökono-



mie erfüllt sind. Dennoch folgte das Staatsministerium dieser Argumentation in weiten Teilen nicht. Damit lag das Risiko bei der Universität Bayreuth, dennoch weiter auf die Sporteignungsprüfung bei der Einschreibung für den Bachelor zu bestehen. Vorerst wurde die Lösung gefunden, den bestandenen Sporttest mit 0,5 Aufwertungspunkten der Abi-Durchschnittsnote in der Studienplatzvergabe zu bewerten. Dies hat tatsächlich dazu geführt, dass nahezu alle Bewerberinnen und Bewerber wie gehabt an der Sporteignungsprüfung teilnehmen. Allerdings

kann auch niemand auf Grund eines fehlenden Tests die Zulassung verweigert werden. Wie das Zulassungsverfahren zum Wintersemester 2013/14 ausgeht, bleibt abzuwarten. Sicher ist indes, dass an einer neuen Prüfungsordnung bereits fieberhaft gearbeitet wird, die wieder für eine solide Rechtsgrundlage der Eignungsprüfung sorgen soll.

Masterstudiengang weiter auf Wachstumskurs – erste Absolventen

Es war wie immer und irgendwie unscheinbar, aber dennoch historisch für

die Bayreuther Spökos. Auf dem Examenball am 8. Juni wurden erstmals auch Master-Absolventen verabschiedet. Waren es dieses Mal sechs Absolventinnen und Absolventen, so werden in Zukunft größere Jahrgänge erwartet. Denn auch zum Sommersemester 2013 schrieben sich wieder fast 30 neue Studierende ein und im Wintersemester ist mit gut 60 Erstsemestern im Master zu rechnen. Das Wachstum im Masterstudiengang ist also ungebrochen, sodass wohl schon im Winter die magische Grenze der 200 Studierenden erreicht sein sollte. (mk)

Absolventenfeier des MBA Sportmanagement

Am 12.01.2013 feierte der Studiengang MBA Sportmanagement (Master of Business Administration) der Universität Bayreuth die 14 Absolventen und Absolventinnen, die nach zweijähriger berufsbegleitender Ausbildung ihr Studium beendet haben.



Um 18.00 Uhr wurden die Absolventen und Absolventinnen mit einem festlichen Fackelzug und in dunkelblauen Talaren zum Festakt geleitet, der im Veranstaltungsraum des Studentenwerkes der Universität Bayreuth stattfand. Nach den Ansprachen des Leiters der Campus-Akademie, Professor Dr. Dieter Brüggemann und des Dekans der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität, Professor Dr. Herbert Wo-

ratschek, empfingen die anwesenden zehn der insgesamt 14 Absolventen dieses Jahrgangs die begehrte Masterurkunde und ihr Prüfungszeugnis. Die ehemaligen Studierenden bedankten sich in einer kurzen Ansprache bei allen Beteiligten des Programms für die Betreuung und Unterstützung während der nicht immer einfachen Studienphase.

Im Anschluss an den Festakt fand ein Empfang statt, bei dem die Gäste sich über das Ereignis austauschen konnten. Anwesend waren viele der Eltern und Verwandten sowie die Partner der Absolventen, aber auch zahlreiche Studierende der jüngeren Jahrgänge. Die Veranstaltung wurde von der Kulturmanagerin und Dozentin Dr. Sissy Thammer geplant und geleitet.

Informationen zum MBA Sportmanagement der Universität Bayreuth:

Die Gründer der Sport Management Academy Bayreuth sind Prof. Dr. Herbert Woratschek, Prof. Dr. Klaus

Zieschang und Prof. Dr. Guido Schafmeister. Der berufsbegleitende Studiengang MBA (Master of Business Administration) Sportmanagement wurde mittels einer Kooperation der Campus-Akademie der Universität mit der Sport Management Academy Bayreuth (SMAB) aufgebaut. Der berufsbegleitende Studiengang MBA Sportmanagement Bayreuth knüpft an die neuen ökonomischen Herausforderungen im Sportsektor an. Es werden hervorragend ausgebildete Fachkräfte benötigt, die umfassende Managementkompetenzen und spezielle Kenntnisse der Strukturen und Besonderheiten des Sports mitbringen.

Das Bayreuther MBA-Studienprogramm setzt bei diesen Anforderungen an und vermittelt sowohl Fachwissen in den Bereichen Sportmanagement, Betriebswirtschaftslehre und Recht, als auch spezifische Schlüsselqualifikationen, die der gestiegenen Bedeutung der sog. „Soft Skills“ Rechnung tragen. (uk)



Ein Vierteljahrhundert Spöko

Ein Rückblick von Rolf Beisswanger (Managing Director – beisswanger consulting)

Als ich im **NOVEMBER 1989** (!) als junger Student in Bayreuth anfang, war dies für mich in vieler Hinsicht ein historischer Augenblick. Zum einen natürlich, weil ich einen neuen, spannenden und etwas unvorhersehbaren Lebensabschnitt begann. Darüber hinaus ereignete sich aber auch wenige Tage nach unserem Studienbeginn der Mauerfall, den wir Erstsemester tatsächlich sehr hautnah erleben konnten. Hunderte, wenn nicht tausende ostdeutsche Mitbürger bevölkerten mit ihren Trabbis die Uniparkplätze und weitere Umgebung des Campus, um erstmalig mit den direkten Nachbarn in Kontakt zu treten bzw. ihre 100 Mark Begrüßungsgeld mehr oder weniger sinnvoll zu investieren.

Die ersten Absolventen des relativ neuen Studiengangs waren auch zeitgleich fertig geworden und sie versuchten sich auf dem Arbeitsmarkt zu behaupten. In den damaligen Bewerbungsunterlagen führte die Berufsbezeichnung „Diplom-Sportökonom“ sicherlich noch zu der ein oder anderen Nachfrage bei den Personalchefs.

Vieles zu Beginn des Sportökonomiestudiums war noch etwas geprägt von „Trial and Error“. Unser Enthusiasmus überwog jedoch bei weitem die anfänglichen Unwägbarkeiten und schürte unsere Überzeugung, das Richtige zu studieren.

Die Gründungsväter des Studiengangs, Prof. Zieschang, Prof. Böhler und Prof. Sigloch schafften es schon damals, uns eine fundierte Basis für spätere Aufgaben zu vermitteln.

Karrierechancen waren nicht durch Benchmarkanalysen oder gelebte Erfolgsbeispiele verankert, was heutzutage eigentlich undenkbar ist. Die führenden Sportmanager der damaligen Zeit waren Quereinsteiger, die es geschafft hatten, sich durch Eigeninitiative und „Hands on“-Mentalität in der Branche einen Namen zu machen. Ion Tiriac, Robert Schwan oder auch Uli Hoeneß lassen grüßen.

Große internationale Sportagenturen oder gar Sponsoringabteilungen innerhalb der Unternehmen waren auch noch nicht wirklich präsent bzw. existent. All dies wurde so nebenher in den Kommunikationsabteilungen organisiert. Meist wurde „aus dem Bauch“ entschieden, ob man etwas sponsern sollte oder auch nicht. Oft geprägt durch ein nicht zu unterschätzendes Eigeninteresse der jeweiligen Verantwortlichen.

Der Sport und damit auch das Business dahinter haben sich erst im Laufe der letzten zwei Dekaden (auch dank der Sportökonomie) überproportional professionalisiert.

Was ich **HEUTE**, nach einem Vierteljahrhundert Erfahrung und schönen Erfolgsbeispielen im direkten Kollegen- bzw. Freundesumfeld erkennen kann, ist, dass sich das Studium der Sportökonomie und das damit verbundene Berufsbild in der Mitte der Gesellschaft etabliert hat. Der Klassiker aller Kommentare in der Berufswahldiskussion: „Spöko..? ... Mach doch was G'scheit's, geh' zur Bank“ (zu Beginn meines Studiums öfters noch gehört), ist heute zum Glück völlig veraltet. In Zeiten vieler sehr erfolgreicher Sportmanager oder auch Institutionen, die einen neuen Berufsweg professionell vorleben, konnte auch die Sportökonomie davon stark profitieren. Man

muss sich schlichtweg nicht mehr ständig rechtfertigen.

Auch die theoretische Ausbildung hat sich im Laufe der Zeit stark verändert. Sie ist ziel- bzw. praxisorientierter geworden und konnte sich an den Jobprofilen der Sportökonomien orientieren. Die universitäre Bedeutung des „Originals“ aus Bayreuth zeichnet sich interessanterweise auch durch die vielen Kopien des Originals aus. Das Qualitätssiegel der Bayreuther Sportökonomie ist ein nicht zu unterschätzender Beleg dafür, dass es sich noch immer lohnt, in Bayreuth zu studieren und nicht an einer der anderen (Hoch-)schulen, die in wenigen Monaten oder ein paar Extrasemestern Ähnliches vermitteln wollen.

In letzter Zeit sehe ich allerdings auch wieder verstärkt einen **TREND** im Geschäft mit dem Sport, der mich etwas nachdenklich stimmt: Die Tendenz, alles gleich machen zu wollen bzw. zu müssen. Wenn ich sehe, wie viele Automobilhersteller, Airlines oder auch Brauereien praktisch identische Themen besetzen und dies auch noch toll finden, frage ich mich schon, ob sie den Mehrwert von Sponsoring auch wirklich verstanden haben? Wenn ich meinem Mitbewerber in den Fußball, Golf oder Wintersport folge, kann ich maximal einen „me too“ Preis gewinnen. Alle machen denselben Einheitsbrei. Sehr innovativ. Der Klassiker ist die Werbeunterbrechung bei der Sportschau oder Champions League: Sechs Autos hintereinander, alle silbergrau und perfekt gestylt für die sportliche Familie mit Hund...

Das Killerargument TV Einschaltquote wird zukünftig sowieso weniger schwer wiegen, weil sich das Medienverhalten der Konsumenten ste-



tig verschiebt: weg von der linearen/passiven TV-Berieselung hin zu dem sehr interaktiven/mobilen online Surfer. Von sports-related social media möchte ich an dieser Stelle noch gar nicht anfangen, denn dies wird erst in den kommenden Jahren voll einschlagen. Die ersten interessanten Projekte diesbezüglich kann man allerdings auch heute schon ganz gut erkennen, vor allem daran, mit welchem Aufwand versucht wird, Fans bzw. Follower zu generieren.

Wirklich Neues und kreativ Außergewöhnliches traut sich dennoch momentan fast niemand. Liegt das an den Compliance Richtlinien oder eher an dem Trend der Verantwortlichen, nichts falsch machen zu wollen? Ich vermisse und wünschte mir an dieser

Stelle ab und zu etwas mehr Spöko-Mentalität: sich etwas trauen, auch gegenüber dem Vorgesetzten, dass man Überzeugungsarbeit leistet beim Kunden oder auch innerhalb der Unternehmen, um wahrgenommen zu werden in der Welt der Werbung und Kommunikation, indem man neue, ungewöhnliche Wege geht. Das vierte Wintersportpaket oder fünfte Golf-einladungsturnier bringt einen nicht wirklich weiter. Zumindest nicht in der Neukundenakquise oder im CRM, weil es die erwünschten Zielgruppen im Zweifel sowieso nicht honorieren.

Es gab und gibt natürlich auch weiterhin gute Ansätze von verschiedenen Sponsoren, die es schaffen, Themen „exklusiv“ belegen zu können. In der Uhrenindustrie sieht man vereinzelt

gute Beispiele. Luxusmarken gehen sich bewusst aus dem Weg und belegen Themenfelder, die dann auch in der Kommunikation konsequent umgesetzt werden. Vielleicht liegt es aber auch an den begrenzten Budgets, die eine „Verzettelung“ gar nicht erst zulassen.

Zum Glück gibt es noch viele spannende Themen abseits des Fußballs oder Mainstream Sports, die es verdient hätten, ernsthaft gefördert zu werden, auch medial. Es wäre schön, wenn Bayreuther Sportökonomien hier in Zukunft als Vorreiter die Gelegenheit beim Schopfe packen und dank innovativer Konzepte die Branche ins 21. Jahrhundert führen könnten. Der Sport würde es vielfach zurückbezahlen. (rb)

Einblicke in die Betriebliche Gesundheitsförderung

Einblicke in die Praxis im Bereich Betriebliche Gesundheitsförderung

Im Rahmen des Studiengangs Sportökonomie an der Universität Bayreuth ist die Berufsfeldorientierung „Gesundheits- und Fitnesssport“ Bestandteil der Ausbildung. Hierbei werden unter anderem die Kernziele von Gesundheitssport, Gesundheitsprogramme und Qualitätsmanagement vermittelt. Darüber hinaus sollen die Studierenden Einblicke in verschiedene Berufsbilder dieser Branche erhalten. Dabei ist es besonders wertvoll, wenn Referenten aus der Praxis ihren Berufsalltag schildern.

Zur Thematik „Betriebliche Gesundheitsförderung“ konnten wir Frau

Dipl.-SpOec. Christine Breitbach, Geschäftsführerin der Schrattenecker GmbH, als Referentin im Hauptseminar „Berufsfelder im Bereich Gesundheit und Fitness“ gewinnen, die den Studierenden auf sehr anschauliche Weise die Ziele und Aufgaben eines betrieblichen Gesundheitsmanagements vermittelt hat. Sie schilderte unter anderem wie der Arbeitsalltag eines selbstständigen Gesundheitsmanagers aussieht und welches Handwerkszeug bzw. Know-How man als Bewerber mitbringen sollte. Darüber hinaus gab sie den Studierenden mittels guter Beispiele aus der Unternehmenspraxis einen Ein-



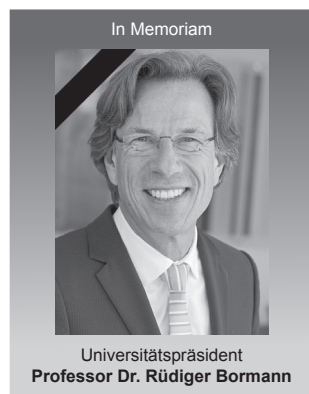
blick in ihre tägliche Arbeit mit Firmenkunden.

Die Studierenden bekamen durch den sehr praxisnahen und motivierenden Vortrag einen konkreten Einblick in dieses Berufsbild und wissen nun, welche Herausforderungen sie in diesem Bereich erwarten bzw. welche Kompetenzen sie sich noch aneignen müssen, um erfolgreich in diesem Markt zu bestehen.

Der Vortrag von Frau Breitbach stieß bei allen Beteiligten auf großes Interesse und wir hoffen, dass wir sie auch in Zukunft als Referentin für die Berufsfeldorientierung „Gesundheits- und Fitnesssport“ im Rahmen des Studiengangs Sportökonomie gewinnen können. (st, np)

In bester Erinnerung

Im Namen des Alumnivereins Sportökonomie Uni Bayreuth e.V. nehmen wir Abschied von Universitätspräsident Prof. Dr. Rüdiger Bormann und Prof. Dr. Heymo Böhler.



* 14. September 1952
† 13. Januar 2013

Wir danken allen, die in dieser Zeit der Trauer Anteil genommen und ihr Mitgefühl auf vielfältige Weise in persönlichen Gesprächen oder schriftlich zum Ausdruck gebracht haben.

Ihre starke Anteilnahme ist ein Zeichen der hohen Wertschätzung für Rüdiger Bormann. Sie hat uns tief bewegt und hilft uns, auf dem eingeschlagenen Weg weiter voranzuschreiten und uns gemeinsam für die Universität Bayreuth zu engagieren.

Für die gesamte Universität
Professor Dr.-Ing. Stefan Jablonski, Professor Dr. Stefan Leible,
Professor Dr. Hans-Werner Schmidt, Dr. Markus Zanner

Am 13. April 2013 verstarb

Herr Professor Dr. rer. pol. Heymo Böhler

**bis 2010 Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing
an der Universität Bayreuth**

Die Universität Bayreuth trauert um einen international hoch angesehenen Hochschullehrer und Wissenschaftler, der sich insbesondere um die Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät an der Universität Bayreuth große Verdienste erworben hat. Der begeisterte akademische Lehrer hat wichtige Beiträge in der Marketingforschung geleistet und wirkte weit über seine Emeritierung hinaus.

Die Universität Bayreuth wird Herrn Professor Dr. Böhler stets ein ehrendes Andenken bewahren.

**Der Dekan der Rechts- und
Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät**
Professor Dr. Herbert Woratschek

**Der Kanzler
der Universität Bayreuth**
Dr. Markus Zanner

Sportökonomie Uni Bayreuth e.V. | Universität Bayreuth | Institut für Sportwissenschaft | 95440 Bayreuth
Vereinsregistereintrag: Amtsgericht Bayreuth: Nr. 1393



Impressum:
Verein "Sportökonomie
Uni Bayreuth e.V."
Universitätsstraße 30
95440 Bayreuth
www.sportoekonomie.net

Redaktion:
Dr. Tim Ströbel (ts)

Layout: M&W Erik Limmer,
www.mweging.de

Unter Mitarbeit von:
Kathrin Bär (kb)
Rolf Beisswanger (rb)
Dr. Christian Durchholz (cd)
Mario Kaiser (mk)
Till Kraemer (tk)

Ursula Küffner, Pressestelle (uk)
Prof. Dr. Markus Kurscheidt (mk)
PD Dr. Nicole Prommer (np)
Rüdiger Sauer (rs)
Simon Scholz (sis)
PD Dr. Susanne Tittlbach (st)